

Закінчення таблиці 3

1	2	3	4
3	16805,45527	-911,0552669	-0,660890909
4	18495,2108	450,3891985	0,326717969
5	20618,82382	-141,6238167	-0,102735692
6	20411,67018	649,9798205	0,471503508
7	35545,62814	2404,171861	1,7440164
8	37884,42605	-2031,406048	-1,473607407

Дослідження показали достовірність і точність даних для побудови адекватної моделі подальшого прогнозування прибутку підприємства.

Список літератури: 1. Данилюк М.О. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / М.О. Данилюк – К. : Центр навчальної літератури. – 2004. – 204 с. 2. Кривецька О.Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку / Кривецька О. Р. // Фінанси України. – 2005. – № 3. – с. 138-147. 3. Марка Д. Методология структурного анализа и проектирования / Марка Д. – пер. с англ. – М. : Финансы и статистика. – 2003. – 240 с. 4. Мухин С.А. Прибыль в новых условиях хозяйствования / Мухин С. А. – М. : Финансы и статистика. – 2006. – 144с. 5. Чечета А.І. Інформація про фінансові результати і її аналіз / Чечета А. І. // Фінанси України. – 2007. – №5. – с. 32-34.

И.Д. Котляров, канд. экон. наук, доц.

ОТБОР ПАРТНЕРА ПО ФРАНЧАЙЗИНГОВОМУ ДОГОВОРУ

Совокупный доход (без учета роялти), который франчайзи ожидает получить от сотрудничества с франчайзером [1], равен

$$W_{fr} P_{fr} = (W_{ind} + W_{sup})(P_{ind} + P_{sup}), \quad (1)$$

где

W_{fr} – средняя вероятность выживания фирмы-франчайзи в течение срока действия договора франчайзинга;

P_{fr} – средний доход фирмы-франчайзи, просуществовавшей в течение всего срока действия договора франчайзинга;

W_{ind} – средняя вероятность выживания независимого предприятия (аналогичного по профилю деятельности и масштабу бизнеса) в течение периода, равного сроку действия договора франчайзинга;

W_{sup} – средняя дополнительная вероятность выживания фирмы-франчайзи по сравнению с вероятностью выживания независимого предприятия (достигается благодаря наличию у франчайзи доступа к интеллектуальной собственности франчайзера и получаемой от франчайзера поддержке бизнеса);

P_{ind} – средний совокупный доход независимого предприятия;

P_{sup} – средний дополнительный доход фирмы-франчайзи по сравнению с независимым предприятием.

На основе этой модели формирования дохода франчайзи можно построить модель отбора оптимального партнера по договору франчайзинга (т. е. для франчайзера речь идет об отборе франчайзи, а для франчайзи – об отборе франчайзера).

Франчайзер заинтересован в максимизации величины $W_{fr}P_{fr}$, так как от нее зависит получаемый им доход в виде роялти. Логично предположить, что франчайзер будет стремиться вступать в сотрудничество с теми потенциальными франчайзи, для которых ожидаемое значение $W_{fr}P_{fr}$ максимально. Тогда представленная в формуле (1) структура ожидаемого дохода франчайзи будет влиять на принципы отбора потенциальных франчайзи, используемые франчайзером.

Величины W_{ind} и P_{ind} отражают усилия франчайзи по обеспечению успеха управляемого им франчайзингового предприятия, тогда как величины W_{sup} и P_{sup} показывают, каков вклад франчайзера в успех франчайзи. Такой подход отчасти схож с агентской моделью функционирования франчайзингового предприятия, в соответствии с которым выручка франчайзи определяется усилиями франчайзи и франчайзера и значимостью этих усилий для достижения успеха [2]. Можно утверждать, что значения W_{ind} и P_{ind} представляют собой среднюю по отрасли эффективность усилий независимых предпринимателей по обеспечению успеха своего бизнеса. Эффективность

каждого конкретного франчайзи зависит только от его управленческих способностей, и задача франчайзи состоит в том, чтобы отбирать тех франчайзи, управленческие способности которых максимальны.

Вклад франчайзера зависит от того, насколько качественно он управляет своей франчайзинговой сетью (т. е. насколько эффективно он инвестирует в развитие своего бренда и своего продукта, насколько грамотно сформирован пакет услуг по поддержке бизнеса франчайзи и т. д.).

Необходимо указать, что вклад франчайзера в успех торговой (сервисной) точки франчайзи не является гарантированным – франчайзи должен сам приложить усилия для того, чтобы эффективно использовать предоставленную франчайзером интеллектуальную собственность и оказываемые услуги по поддержке бизнеса. Иначе говоря, получить прирост дохода P_{sup} и вероятности выживания W_{sup} франчайзи сможет только в том случае, если будет добросовестно выполнять предписания франчайзера. Способность франчайзера выполнять предписания франчайзера определяется, как мы полагаем, не только управленческими способностями франчайзи, но и его соответствием ценностям франчайзинговой сети и качеству отношений, выстроенным с франчайзером.

Таким образом, при средних значениях W_{sup} и P_{sup} реальные значения прироста вероятности выживания W_{sup}^{real} и дохода P_{sup}^{real} , на которые может рассчитывать франчайзи от сотрудничества с франчайзером, представляют собой функции от управленческих способностей франчайзи M , и от его потенциала соответствия ценностям франчайзинговой сети V :

$$W_{sup}^{real} = W_{sup} f(M, V),$$

$$P_{sup}^{real} = P_{sup} \varphi(M, V),$$

при этом

$$0 \leq f(M, V) \leq \frac{1 - P_{ind}}{P_{sup}},$$

$$0 \leq \varphi(M, V) \leq \frac{P_{\max} - P_{ind}}{P_{sup}},$$

где P_{\max} – максимальный доход, полученный франчайзи данной сети.

Таким образом, франчайзер должен отбирать тех франчайзи, у которых значения функций $f(M, V)$, $\varphi(M, V)$ максимальны, т. е. оценивать не только управленческие способности франчайзи, но и их соответствие ценностям франчайзинговой сети и их потенциал выстраивания эффективных отношений с франчайзи. Эта модель подтверждается эмпирическими данным, в соответствии с которыми франчайзеры уделяют большое внимание не только управленческим способностям франчайзи, но и их лояльности франчайзеру.

На основе аналогичного подхода можно сконструировать показатель общей привлекательности A_{gen} франчайзинговой сети, который будет рассчитываться по формуле:

$$\begin{aligned} A_{gen} &= \frac{W_{fr} P_{sur} (1-r)}{W_{ind} NPV_{ind}} = \frac{W_{ind} + W_{sup}}{W_{ind}} \cdot \frac{(P_{ind} + P_{sup})(1-r)}{NPV_{ind}} = \\ &= \left(1 + \frac{W_{sup}}{W_{ind}}\right) \cdot \left(1 + \frac{P_{sup}(1-r)}{NPV_{ind}}\right) = A^W A^P \end{aligned} \quad , \quad (2)$$

где: r – ставка роялти;

A^W – привлекательность франчайзинговой сети по критерию вероятности выживания франчайзи;

A^P – привлекательность франчайзинговой сети по критерию величины дохода.

Показатели A^W и A^P введены для того, чтобы франчайзи мог проанализировать структуру получаемого им экономического эффекта и избежать эффекта компенсации (при котором, в частности, низкое значение NPV компенсируется за счет высокой вероятности выживания).

Для определения относительной привлекательности одной франчайзинговой сети с характеристиками W_{fr}^1, P_{fr}^1 по сравнению с другой франчайзинговой сетью с характеристиками W_{fr}^2, P_{fr}^2 можно использовать показатель относительной привлекательности A_{rel}^{12} :

$$A_{rel}^{12} = \frac{W_{fr}^1 P_{sur}^1 (1-r)}{W_{fr}^2 P_{sur}^2 (1-r)}. \quad (3)$$

Из формулы (4) и (5) и условия $W_{ind} = \text{const}, P_{ind} = \text{const}$ следует, что

$$A_{rel}^{12} = \frac{A_{gen}^1}{A_{gen}^2}.$$

Это означает, что для того, чтобы определить относительную привлекательность одной франчайзинговой сети в сравнении с другой достаточно знать величины общей привлекательности каждой из этих сетей.

Формулы (2) и (3) представляют собой алгоритмы сравнения альтернатив (формула (2) – для выбора между франчайзингом и самостоятельным ведением бизнеса, формула (3) – для выбора между различными франчайзерами). Очевидно, что формулу (3) можно применять только в том случае, если все франчайзинговые сети сравниваются с одной и той же базовой франчайзинговой сетью. При соблюдении этого условия критериями принятия решения будут:

- Для выбора развития бизнеса в формате франчайзинга вместо его ведения под собственной торговой маркой:

$$A_{gen} > 1.$$

Это условие равнозначно выполнению требования

$$W_{fr} P_{sur} (1 - r) > W_{ind} P_{ind} ;$$

- Для выбора оптимальной франчайзинговой сети:

$$A_{rel}^{ik} = \max .$$

Это условие, в свою очередь, равнозначно условию

$$W_{fr} P_{sur} (1 - r) = \max .$$

Мы полагаем, что сформулированные нами модели помогут франчайзерам и франчайзи более взвешенно подходить к выбору оптимального партнера.

Список литературы: 1. *Котляров И.Д.* Финансовая составляющая отношений франчайзинга: проблема расчета ставки роялти // Корпоративные финансы. – 2011. - № 1. – С. 32-39; 2. *Blair Roger D., Lafontaine Francine.* The Economics of Franchising. N. Y.: Cambridge University Press, 2005. – 338 p.

Г.В. Мельник, канд. екон. наук, асистент, м. Чернівці, ЧНУ ім. Юрія Федьковича

МОДЕЛЬ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ РИЗИКІВ НА ПІДРУНТІ НЕЧІТКОЇ ЛОГІКИ

В умовах великих підприємств корпоративні системи забезпечують взаємодію масових процесів швидкодіючими засобами сучасних інформаційних та телекомунікаційних технологій. Чим складнішою є структура системи, тим вищим є ризик здійснення стосовно неї загроз: проникнення ззовні чи несанкціонований доступ зсередини підприємства, зокрема з метою навмисної зміни чи знищення інформації тощо.